



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO:
“ECUA-CRAFTS SHOPPING”
PLATAFORMA DIGITAL PARA ARTESANOS**

GERENCIA DE ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Elaborado por:

Esperanza Elizabeth Pivaque Pihuave

Tutoría por: Verónica Carrera del Río Márquez de la Plata

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

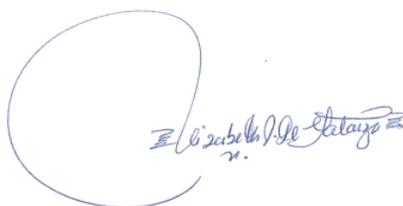
**Guayaquil, Ecuador
Enero, 2024**

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Esperanza Elizabeth Pivaque Pihuave** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **“ECUA-CRAFTS SHOPPING” Plataforma Digital para Artesanos: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **“ECUA-CRAFTS SHOPPING” Plataforma Digital para Artesanos**.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Cristhian Daniel Constante Saavedra, Dayana Pamela Gutierrez Soria, Luis Ernesto Loor Sarmiento, Valentina Maria Romero Miranda, Máximo Lenin Miño Garzón, Jorge Sadi Gonzalez Álvarez.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

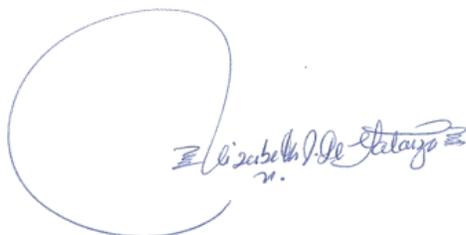


Pivaque Pihuave Esperanza Elizabeth
0921807731

Declaro que

Yo, **Pivaque Pihuave Esperanza Elizabeth**, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“ECUA-CRAFTS SHOPPING” Plataforma Digital para Artesanos: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'E' followed by the name 'Elizabeth P. de Pivaque' in cursive script.

Pivaque Pihuave Esperanza Elizabeth
0921807731

RESUMEN EJECUTIVO

ECUA-CRAFTS SHOPPING ha experimentado una transformación integral a través de la aplicación del Design Thinking, revolucionando la visión de negocio y la experiencia tanto para consumidores como para artesanos proveedores. El proceso, desde el Mapa de Empatía hasta la validación del prototipo, se centró en comprender a fondo las necesidades y aspiraciones de ambos grupos de usuarios. La población objetivo se divide entre 480.000 artesanos y más de 912.000 turistas en Guayaquil. La muestra de 385 consumidores finales se seleccionó de manera conservadora para garantizar representatividad. La metodología de investigación abarca encuestas cuantitativas y entrevistas cualitativas, destacando el interés general de los artesanos en una plataforma digital. El plan de marketing de ECUA-CRAFTS SHOPPING se destaca por su enfoque integral en la propuesta de valor, empoderando a artesanos locales y ofreciendo una experiencia única. Estrategias digitales diversificadas, desde redes sociales hasta programas de referidos, demuestran una comprensión profunda de los canales online.

La propuesta de valor se centra en empoderar a artesanos locales para llegar a mercados globales, destacando la importancia de la disponibilidad de stock, variedad de productos y una interfaz intuitiva. El modelo del triángulo de servicios resalta estrategias, sistemas y personas, con énfasis en la conexión entre turistas y emprendedores locales. El flujo de producción, la calidad del producto y la innovación constante son aspectos clave, junto con la elección de constituir la empresa como una Sociedad Anónima. El organigrama refleja una estructura jerárquica clara y una planificación detallada, con atención a aspectos legales y un presupuesto estimado

para gastos legales. En conclusión financiera, el punto de equilibrio es de \$35,400.96, indicando viabilidad, respaldado por indicadores como TIR y VAN. Se destaca la necesidad de estar preparados para ajustes según cambios económicos y proyectar crecimiento a través de eficientes planes de marketing para construir lealtad y compromiso con la marca.

PALABRAS CLAVE

1. Design Thinking
2. Empoderamiento artesanal
3. Experiencia del usuario
4. Plataforma digital
5. Viabilidad financiera

CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio ECUA-CRAFTS SHOPPING, presentada en este documento, ha sido elaborada siguiendo principios éticos y de respeto. En todo momento, hemos dado prioridad al respeto por la propiedad intelectual, garantizando la originalidad de nuestras ideas y reconociendo la importancia de las contribuciones individuales. Además, hemos asumido un compromiso ético con todas las personas involucradas en este proyecto, desde los colaboradores internos hasta los posibles usuarios de ECUA-CRAFTS SHOPPING. Nuestra meta es proporcionar no solo un servicio valioso, sino también hacerlo de manera ética, transparente y respetuosa con todos los aspectos legales y morales que guían este proceso de creación y desarrollo de negocios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	11
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos	14
BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	15
1 GERENCIA DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	18
1.1 Estructura organizacional.....	18
1.1.1 Definición de misión, visión y valores.....	18
1.1.2 Cultura Organizacional.....	20
1.1.3 Organigrama de la organización	21
1.1.4 Necesidades de Recursos Humanos	22
1.1.5 Análisis y Diseños de puestos del negocio	23
1.1.6 Procedimientos de selección de personal a implementar	31
1.2 Compensaciones.....	33
1.2.1 Descripción de Compensaciones para el Personal en ECUA-CRAFTS	
SHOPPING. 33	
1.2.2 Indicadores Clave de Gestión (KPI's).....	34
1.2.3 Principales controles para evitar una desviación en el cumplimiento	35
1.3 Estructura jurídica del negocio:	38
1.3.1 Tipo de compañía.....	38
1.3.2 Tipos de contrato.....	40

2	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
2.1	Conclusiones.....	42
2.2	Recomendaciones.....	48
2.3	Reflexión.....	50
3	REFERENCIAS	51
4	ANEXOS.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Políticas para el análisis y diseño de puestos del negocio.....</i>	23
Tabla 2. <i>Manual de perfil y funciones del Gerente General</i>	26
Tabla 3. <i>Manual de perfil y funciones del Jefe de Marketing y Comercial.....</i>	28
Tabla 4. <i>Manual de perfil y funciones del Jefe de Sistemas y Programación.....</i>	30
Tabla 5. <i>KPI para la Gestión del Talento Humano.....</i>	34
Tabla 6. <i>Controles para evitar una desviación en el cumplimiento del plan estratégico de talento humano.....</i>	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la Empresa.....	21
---	-----------

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Actualmente, el sector artesanal desempeña un papel importante, tanto en la identidad cultural como en la economía de cualquier sociedad (Mendieta-Andrade et al., 2020). Su enfoque en la producción manual de bienes auténticos refleja tradiciones y conocimientos transmitidos de generación en generación. En Ecuador, el sector artesanal no sólo contribuye al tejido social, sino que también tiene un impacto significativo en la economía nacional. Hasta el año 2012, la actividad artesanal representaba el 32,7% de la Población Económicamente Activa (PEA), involucrando a 4,5 millones de ecuatorianos (Presidencia del Ecuador, 2022). Sin embargo, para el año 2022 la situación no ha cambiado mucho, pero se ha combinado esta problemática con un tema de informalidad laboral que azota al país desde la manifestación de la pandemia.

En los últimos años, se ha observado un panorama complejo en el sector artesanal, especialmente en la ciudad de Guayaquil, dado que uno de los principales desafíos tiene que ver con el aumento de la informalidad laboral, que ha alcanzado un 53,5% en el primer trimestre de 2023 según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023). Este aumento en la informalidad pone de manifiesto la urgente necesidad de brindar soluciones que impulsen la formalización y el crecimiento sostenible del sector artesanal.

En primera instancia, hay que entender que los artesanos enfrentan diversos obstáculos como: el acceso limitado a financiamiento de la banca, un reducido mercado meta, escalas de producción más pequeñas - porque sus productos son hechos a mano - y una baja visibilidad de sus productos con relación a las grandes corporaciones

(Cuarán et al., 2021). Razón por la cual, existe la necesidad de mejorar sus habilidades empresariales para competir en un entorno comercial cambiante. La incertidumbre económica y social, generada por factores como la pandemia de COVID-19, ha complicado aún más el camino hacia un crecimiento sostenible.

A pesar de estos desafíos, el sector artesanal presenta ventajas innegables. Su contribución a la economía local y nacional es significativa, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico familiar (Peralta, 2021). Además, su valor cultural y simbólico lo convierte en un defensor de la herencia cultural del país. De ahí que, para enfrentar esta informalidad, reflejada en trabajos sin seguridad laboral ni regulación adecuada, se plantea la creación de una plataforma digital comercial que le otorgue oportunidades de crecimiento (Bricio et al., 2018).

En este contexto, la necesidad de abordar esta problemática se vuelve clave para permitir que los artesanos accedan a un escenario de comercialización bajo un entorno regulado y justo. De momento, han sido evidentes algunas iniciativas implementadas para respaldar a los artesanos y fortalecer su posición. Durante la pandemia de COVID-19, realizaron esfuerzos para brindar capacitación y apoyo virtual a los artesanos, permitiéndoles adaptarse a las circunstancias cambiantes y continuar vendiendo sus productos en línea (Gonzales, 2021). Algunas de estas iniciativas fueron: la feria virtual “Somos Ecuador”, el programa “En Marcha Digital” y el evento “Reactíivate Artesano”, promovido por diversas entidades locales (Presidencia del Ecuador, 2022).

Hoy en día es claro que la tecnología juega un papel crucial en la transformación y fortalecimiento del sector artesanal, abriendo un mundo de posibilidades para

capacitar, promover y comercializar los productos artesanales (Kelly et al., 2020). Su adopción es esencial para enfrentar los desafíos actuales y proporcionar a los artesanos las herramientas necesarias para competir en un entorno digital y globalizado. Al utilizar la plataforma digital propuesta, los artesanos pueden disponer de un canal de venta online, adentrándose en el mundo del comercio electrónico (Díaz, 2020).

El comercio electrónico surge como una herramienta fundamental para expandir los horizontes comerciales de los artesanos (Mendieta-Andrade et al., 2020). La tecnología facilita que los productos artesanales lleguen a un público global a través de plataformas digitales, por ejemplo, ellos pueden establecer tiendas virtuales, promocionar sus creaciones y conectar con clientes tanto en Guayaquil, como a nivel nacional, e inclusive con turistas extranjeros que demanden algún souvenir durante sus viajes, aspecto que de alguna forma elimina las restricciones geográficas que están presentes en los mercados tradicionales.

A esto se puede sumar el hecho de utilizar las redes sociales como un medio para la promoción de sus productos artesanales (Pedreschi & Oris, 2021), dado que hoy por hoy, se han convertido en un canal directo de comunicación con los clientes, permitiendo la promoción constante de los productos artesanales. Un punto clave también consiste en el hecho de narrar las historias detrás de sus creaciones y establecer relaciones más cercanas con sus clientes. Además, estas plataformas facilitan la gestión de pedidos, pagos y envíos de manera eficiente.

De esta forma, la creación de una plataforma digital comercial específica para el sector artesanal en Guayaquil se justifica como una respuesta estratégica a estos

desafíos y oportunidades. A través de este proyecto se estaría creando un espacio centralizado donde los artesanos pueden exhibir y vender sus productos, interactuar con los clientes y mejorar sus capacidades empresariales en la ciudad de Guayaquil (Abad et al., 2022).

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Analizar la viabilidad económica – financiera de una plataforma digital comercial para el fortalecimiento de emprendimientos del sector artesanal en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Aplicar un enfoque centrado en el *Design Thinking* que asegure soluciones innovadoras para la satisfacción de las necesidades de los clientes.
2. Identificar los patrones de comportamiento de compra de los usuarios de la plataforma digital comercial de emprendimientos artesanales.
3. Desarrollar estrategias de marketing que capten el interés del mercado meta para la creación de una relación comercial sostenible a mediano y largo plazo entre los emprendedores artesanales y el consumidor final.
4. Diseñar una estructura organizacional clara y adaptada a las necesidades actuales.
5. Evaluar la capacidad productiva y logística de distribución de las artesanías comercializadas en la plataforma de ECUA-CRAFTS SHOPPING.

6. Gestionar la estructura jurídica, contratos y responsabilidades del equipo de trabajo de ECUA-CRAFTS SHOPPING.
7. Determinar los costos de inversión y la rentabilidad inmersa en el desarrollo de la plataforma digital comercial.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

ECUA-CRAFTS SHOPPING es una plataforma de comercio electrónico especializada en la venta de artesanías, productos culturales y artículos ancestrales en Ecuador. La empresa actúa como un intermediario entre los proveedores, que son los artesanos locales y culturales, y los consumidores finales, ofreciendo una amplia variedad de productos auténticos y significativos. En este sentido, la compañía funcionará a partir de una plataforma digital que tiene como propósito facilitar la comercialización de todo tipo de productos derivados de emprendimientos artesanales localizados en la ciudad de Guayaquil.

La forma en que la compañía generará beneficios económicos se basará una estrategia de monetización por las ventas generadas por las personas que publiquen sus productos en la plataforma, así como también los ingresos provenientes de la pauta publicitaria. En este sentido, la plataforma digital se posicionará como un espacio de oportunidades para emprendedores artesanales y consumidores finales, fomentando la interacción y el intercambio, generando una comunidad activa y en constante crecimiento.

En este contexto, ECUA-CRAFTS SHOPPING como una plataforma para el fortalecimiento de emprendimientos artesanales, tiene como propósito promover y comercializar productos artesanales únicos y de alta calidad, incluyendo: textiles,

cerámica, joyería, cestería, artículos decorativos, entre otros, elaborados con pasión y dedicación por emprendedores locales. La propuesta de valor se enfoca en la conexión entre turistas y emprendedores, preservando el patrimonio cultural de Guayaquil y creando una comunidad inclusiva.

De esta manera, la estrategia se basa en brindar una plataforma de e-commerce intuitiva y amigable, facilitando la venta y compra de productos. Aquí se destacan las alianzas estratégicas con empresas de transporte, la seguridad informática, y la formación en habilidades empresariales para los emprendedores, así como también la necesidad de promover una atención personalizada a los clientes, y soporte en la resolución eficiente de problemas.

La sede principal y domicilio fiscal de ECUA-CRAFTS SHOPPING está en Guayaquil, Ecuador. Sin embargo, la empresa tiene cobertura a nivel nacional, debido a las alianzas con empresas de transporte, como se mencionó previamente. Además, la compañía estará constituida como Sociedad Anónima, de acuerdo con el Artículo 143 de la Ley de Compañías en Ecuador, porque este formato legal propone mayor flexibilidad y la posibilidad de tener un número ilimitado de socios en el futuro.

Por otro lado, considerando que el alcance de ECUA-CRAFTS SHOPPING gira en dos sentidos, existen dos poblaciones de interés: (1) la cantidad de emprendedores artesanales que usarían la plataforma para promocionar sus productos y (2) la cantidad de consumidores finales que estarían dispuestos a adquirir artesanías a través de dicha plataforma.

En este sentido, según datos del Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2022) en el país existen 120.000 talleres artesanales que agrupan

alrededor de 480.000 personas de manera directa, y alrededor de 2.4 millones de artesanos que laboran de manera indirecta, ya sea en actividades como prestación de servicios, proveedores de materias primas, transporte, entre otros. Sin embargo, para este estudio sólo se considerará a la cantidad de artesanos directos porque son quienes elaboran todo tipo de productos en sus talleres. En consecuencia, la población estaría conformada por un total de 480.000 artesanos.

La segunda población objetivo estaría centrada en los consumidores finales, quienes son turistas tanto locales como extranjeros. A partir del presente estudio se pudo determinar que, ECUA-CRAFTS SHOPPING tendría un mercado potencial conformado por alrededor de 912.765 turistas, aunque se estima que sólo 34.221 formarían parte del nicho de mercado, lo que significa el 3.75% de la población total.

Por otro lado, para captar el interés de estos consumidores, se ha diseñado un plan de marketing que combina un conjunto de estrategias y tácticas que utilizan las empresas para la promoción y comercialización de sus productos o servicios de una forma efectiva (Shum, 2017). Este plan se enfoca en cuatro elementos: producto, precio, plaza y promoción, las cuales se combinan de forma integral para la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes, permitiendo una ventaja competitiva en el mercado (Román & Ponce, 2016).

Finalmente, además de considerar los aspectos administrativos y legales de la compañía, se llevó a cabo un estudio financiero que evaluó los recursos económicos necesarios para llevar a cabo la inversión, financiamiento y cobertura de costos y gastos asociados con las operaciones de ECUA-CRAFTS SHOPPING, para lo cual sus resultados determinaron que el proyecto podría generar interesantes resultados

económicos, estando por encima de las expectativas de los inversores, demostrando así su viabilidad económica – financiera.

1 GERENCIA DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

1.1 Estructura organizacional

ECUA-CRAFTS SHOPPING como una plataforma para el fortalecimiento de emprendimientos artesanales, tiene como propósito promover y comercializar productos artesanales únicos y de alta calidad, incluyendo: textiles, cerámica, joyería, cestería, artículos decorativos, entre otros, elaborados con pasión y dedicación por emprendedores locales. La propuesta de valor se enfoca en la conexión entre turistas y emprendedores, conservando el patrimonio cultural del Ecuador.

La estrategia de negocio se basa en brindar una plataforma de e-commerce intuitiva y amigable, facilitando la venta y compra de productos artesanales. Además, se destacan las alianzas estratégicas con empresas de transporte, la seguridad informática, y la formación en habilidades empresariales para los emprendedores de artesanías, así como también la necesidad de promover una atención personalizada a los clientes, y soporte en la resolución eficiente de problemas en caso de presentarse.

1.1.1 Definición de misión, visión y valores

La misión de la compañía es:

Ofrecer productos artesanales de gran calidad y con aporte cultural que destaque el patrimonio ecuatoriano, a partir de una experiencia de compra en línea eficiente.

La visión de la compañía es:

Convertirse en la plataforma de e-commerce líder en la venta de todo tipo de artesanías ecuatorianas, con proyección a nivel internacional para el año 2030.

Los valores corporativos de ECUA-CRAFTS SHOPPING son los siguientes:

- **Autenticidad:** La empresa se compromete a promover y conservar la autenticidad de las artesanías locales, reconociendo la dedicación y la historia detrás de cada producto. Se valoran los factores de diferenciación de cada emprendimiento artesanal y su contribución a la riqueza cultural de Guayaquil y el Ecuador en general.
- **Inclusividad:** Se fomenta un ambiente inclusivo donde tanto los emprendedores artesanales como los turistas se sientan bienvenidos y valorados, y participen en la creación de una comunidad dinámica que celebra la diversidad cultural y creativa.
- **Calidad:** La empresa trabaja con emprendedores comprometidos con la maestría artesanal, asegurando la calidad y la satisfacción del cliente en la promoción de productos que destacan en originalidad y singularidad. Nos esforzamos por comprender las necesidades y deseos de nuestros clientes para ofrecer soluciones que no solo satisfagan, sino que también inspiren.
- **Transparencia:** A lo largo todo el proceso logístico, desde el abastecimiento de las artesanías en las bodegas de ECUA-CRAFTS SHOPPING hasta la venta y entrega al consumidor final, así como las políticas internas relacionadas con la devolución, gestión de reclamos o sugerencias.
- **Empoderamiento:** La empresa apoya a los emprendedores artesanales proporcionándoles una plataforma para expandir sus alcances y generar

ingresos adicionales, fomentando el desarrollo económico y mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores.

- **Innovación Sostenible:** Se impulsa la innovación sostenible en todas las operaciones. Hay un compromiso por adoptar prácticas que minimicen el impacto ambiental y contribuyan al bienestar de las comunidades artesanales, promoviendo un modelo de negocio ético y responsable.

1.1.2 Cultura Organizacional

ECUA-CRAFTS SHOPPING se distingue por una cultura organizacional que refleja sus valores fundamentales y su compromiso con la promoción de la artesanía local. En esta organización, los colaboradores comparten una visión común de empoderar a los emprendedores artesanales y conectarlos con una audiencia global de turistas. Al ser un negocio digital, se fomenta un entorno donde los miembros del equipo son alentados a proponer ideas creativas y soluciones flexibles para abordar los desafíos del mercado en constante cambio; de ahí que la innovación y la adaptabilidad son factores claves dentro del ambiente laboral de la compañía (Segovia, 2024).

Algo interesante es el hecho de que todos sus servicios y operaciones están orientados en la compañía. La satisfacción del cliente es una prioridad central en la cultura de la organización y todo el equipo de trabajo está comprometido con proporcionar un servicio excepcional, desde la interfaz de usuario en línea hasta la atención personalizada a los emprendedores y turistas; por tanto, la empatía y la comprensión de las necesidades del cliente son fundamentales (Revista Forbes, 2022).

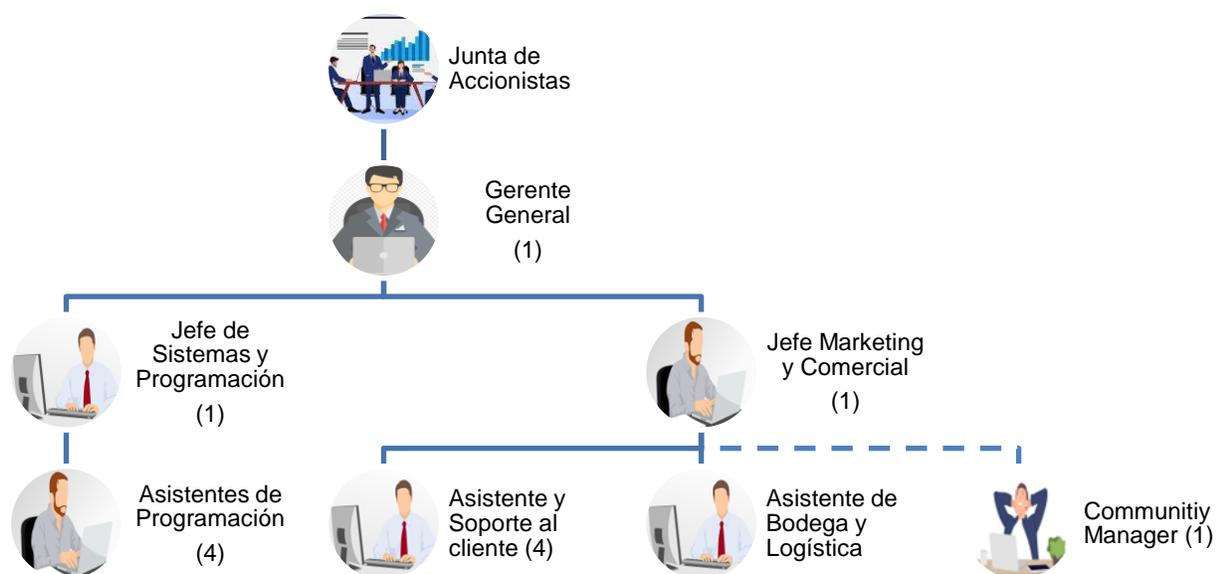
Otro aspecto importante dentro la cultura organizacional es el fomento del desarrollo profesional y personal de los colaboradores. Esto se traduce en el

ofrecimiento de oportunidades de formación continua, crecimiento dentro de la empresa y el reconocimiento del esfuerzo individual. La empresa reconoce que el crecimiento de los colaboradores contribuye al crecimiento general de la organización, por ende, se otorgan horarios de trabajo flexibles a todo el equipo de trabajo y se busca apoyarlos con becas completas o parciales en aquellos casos donde su participación en proyectos propios de la compañía, son claves y generan un impacto mayor a corto, mediano y largo plazo.

1.1.3 Organigrama de la organización

Figura 1

Organigrama de la Empresa



1.1.4 Necesidades de Recursos Humanos

La estructura organizacional se compone del Gerente como cabeza principal de la empresa, encargado de la dirección estratégica y toma de decisiones clave para el éxito de la empresa. Es el responsable de establecer metas, políticas y procedimientos. Luego, está el área de Sistemas y Programación encargada del desarrollo y mantenimiento de la plataforma tecnológica, asegurando la eficiencia y seguridad de los sistemas. La misión principal de este departamento es garantizar la seguridad informática, y mantener la funcionalidad de los sistemas en una jornada 24/7.

El área de marketing y ventas se encarga del diseño de estrategias de marketing en canales digitales para la promoción de productos, y relaciones comerciales con artesanos y turistas. Otro de los aspectos claves radica en establecer alianzas comerciales, promover la plataforma, y mantener relaciones efectivas con los Stakeholders. Esta área trabaja de forma coordinada con el Community Manager que es subcontratado, pero su misión es vital para crear y gestionar contenido en redes sociales, responder activamente a comentarios y mensajes, construir relaciones solidas con la comunidad de usuarios y artesanos.

Finalmente, el área de asistencia y soporte al cliente es responsable de brindar atención personalizada a los usuarios, solucionar problemas, y gestionar consultas relacionadas con la plataforma. Ellos son los responsables de coordinar la política de devolución y gestionar los pedidos que se realizan por medio de la plataforma. Además, trabajan en estrecha colaboración con otras áreas, como logística y marketing, para abordar de manera integral cualquier desafío que pueda surgir durante el proceso de compra y postventa. Vale destacar que el área contable y tributaria de la compañía es

realizada por medio de una empresa de Outsourcing contable, que en este caso es TAXCORP S.A.

1.1.5 Análisis y Diseños de puestos del negocio

Aunque en el apartado anterior se definieron los principales puestos y funciones que integrarán la estructura organizacional de ECUA-CRAFTS SHOPPING, es importante destacar que estas áreas y puestos pueden cambiar en la medida que la compañía crezca económicamente y su alcance necesite diseñar nuevos puestos de trabajos (Ayoví-Caicedo, 2019). Por tal razón, todo esto se llevará a cabo en función de las siguientes políticas:

Tabla 1.

Políticas para el análisis y diseño de puestos del negocio.

Política	Descripción
Política de Provisión de Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutar en condiciones óptimas, con el objetivo de atraer al mejor personal para la plataforma. • Establecer estándares de calidad para la admisión de nuevo personal, incluyendo pruebas de aptitudes físicas, intelectuales, experiencia y potencial de desarrollo. • Integrar a los nuevos miembros al entorno interno de la plataforma de manera ágil y amable desde el primer día.

Política de Aplicación de Talento Humano	<ul style="list-style-type: none">• Determinar requisitos fundamentales de la fuerza laboral, desempeño de tareas y funciones.• Establecer criterios de planificación, colocación y rotación interna del personal según sea necesario, en función de las oportunidades futuras que se presenten en la plataforma, lo que contribuye a su desarrollo profesional y a la adaptabilidad en la empresa.• Evaluar el desempeño del recurso humano.
Políticas de Mantenimiento de Talento Humano	<ul style="list-style-type: none">• Analizar los criterios de remuneración del personal, considerando los cargos y salarios del mercado y el desempeño alcanzado, como factor clave para recompensar el esfuerzo y la contribución excepcional.• Motivar al recurso humano, manteniendo una moral elevada y creando un ambiente participativo y productivo dentro de la plataforma.• Mantener un proceso continuo de retroalimentación y evaluación.
Políticas de Desarrollo de Talento Humano	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar un diagnóstico y monitoreo del recurso humano, que permita identificar las competencias, habilidades y áreas de mejora de cada empleado.

**Políticas de
Control de Talento
Humano**

- Promover en el personal la realización del potencial humano, facilitando la transferencia de conocimientos y el desarrollo de habilidades específicas.
- Garantizar la salud y la excelencia institucional, fortaleciendo la capacidad para enfrentar los desafíos con un equipo comprometido y competente.
- Mantener una base de datos que proporcione información cuantitativa y cualitativa del trabajo realizado por el recurso humano. Esta base sirve como una herramienta fundamental para evaluar el rendimiento y tomar decisiones informadas sobre el desarrollo y la asignación de tareas.
- Realizar auditorías periódicas del recurso humano para asegurar la eficiencia y la calidad, A partir de los resultados de las auditorías, diseñar planes de carrera personalizados, que se enfoquen en el desarrollo de habilidades específicas, la participación en proyectos estratégicos y el acceso a oportunidades de formación que impulsen el crecimiento profesional.

Una vez que se consideren estas políticas, se procede a presentar un ejemplo de los puestos diseñados a partir de un manual de perfil y funciones que integran aspectos claves como: área, cargos que le reporta, o a quien reporta, misión del cargo,

funciones, experiencia y capacidades físicas y mentales necesarias para desempeñar efectivamente la posición (Tejada, 2013). Este proceso implica una cuidadosa delineación de las responsabilidades y atribuciones de cada puesto.

Tabla 2.

Manual de perfil y funciones del Gerente General

	<p>Descripción del perfil y responsabilidades</p>
	<p>Área: Gerencia</p> <p>Puesto: Gerente General</p> <p>Reporta a: Directorio de Accionistas</p> <p>Cargos que le reportan: Jefe de Programación y Sistemas / Jefe Comercial y Marketing.</p>
<p>Misión del cargo:</p>	
<p>El Gerente General de ECUA-CRAFTS SHOPPING es el encargado de liderar la planificación estratégica empresarial en colaboración con las distintas áreas de la compañía. Su objetivo es gestionar eficientemente los recursos económicos, tomar decisiones sobre inversiones y proyectos para el crecimiento de la empresa, en beneficio de los socios, empleados y la comunidad. Además, se compromete a respetar las regulaciones comerciales vigentes.</p>	
<p>Funciones</p>	

-
- Presentar informes sobre los resultados del negocio a la Junta General de Socios.
 - Aprobar procesos de selección y contratación de personal.
 - Tomar decisiones relacionadas con inversiones, aprobación de presupuestos y financiamiento.
 - Fomentar alianzas estratégicas con clientes y proveedores para crear ventajas competitivas.
 - Evaluar la calidad del servicio y ajustar la estrategia empresarial.
 - Proponer soluciones que agreguen mayor valor al negocio.
 - Garantizar el cumplimiento de requisitos y normativas legales.

Conocimiento y Experiencia (mínima)

- Título de cuarto nivel en Administración de Empresas y programas afines. MBA como titulación deseable.
- 3 años de experiencia en cargos gerenciales.
- Dominar al menos una lengua extranjera (inglés).
- Tener estudios complementarios en carreras de administración

Capacidades físicas y mentales

- Proactivo
 - Innovador – Dinámico.
 - Liderazgo – Empatía y capacidad de negociación.
 - Habilidades de lenguaje y capacidad numérica.
 - Capacidad de análisis y solución de problemas.
-

Tabla 3.*Manual de perfil y funciones del Jefe de Marketing y Comercial*

Descripción del perfil y responsabilidades

Área: Comercial**Puesto:** Jefe de Marketing y Comercial**Reporta a:** Gerente**Cargos que le reportan:** Asistente y Soporte al

Cliente / Community Manager

Misión del cargo: El Jefe Marketing y Comercial es responsable de impulsar el crecimiento de las ventas mediante la eficiente búsqueda de clientes y el desarrollo de estrategias de marketing que atraigan su interés, estableciendo relaciones comerciales sostenibles.

Funciones:

- Dar a conocer los productos, destacando sus ventajas, marcas y líneas.
 - Realizar estudios periódicos de mercado para comprender el perfil del consumidor y detectar tendencias.
 - Mantenerse actualizado sobre productos, marcas, precios y costos.
 - Revisar y aprobar el presupuesto de ventas de acuerdo con acuerdos establecidos.
 - Analizar créditos y gestionar cobranzas según sea necesario.
 - Negociar con clientes aspectos como producto, precio y distribución, coordinando con el asistente de bodega y logística.
-

-
- Supervisar y aprobar el presupuesto de marketing.
 - Formular estrategias de marketing para el crecimiento económico, posicionamiento de marca y captación de nuevos clientes.
 - Utilizar diversos canales para mantener contacto constante con los clientes y atender sus necesidades.

Conocimiento y Experiencia (mínima)

- Título de tercer nivel en Ing. Comercial, Marketing, Ventas y carreras afines
- 2 año de experiencia en cargos similares.
- Tener estudios complementarios en Marketing Digital.

Capacidades físicas y mentales

- Proactivo
 - Innovador
 - Dinámico
 - Creativo.
 - Liderazgo
 - Gestión del tiempo
 - Adaptabilidad
 - Visión Estratégica
 - Inteligencia emocional
 - Habilidades de lenguaje y capacidad numérica.
 - Capacidad de análisis y solución de problemas.
 - Buenas relaciones públicas.
-

Tabla 4.*Manual de perfil y funciones del Jefe de Sistemas y Programación*

Descripción del perfil y responsabilidades

Área: Sistemas**Puesto:** Jefe de Sistemas y Programación**Reporta a:** Gerente**Cargos que le reportan:** Asistente de Programación

Misión del cargo: El Jefe de Sistemas y Programación tiene como misión liderar las actividades del área tecnológica, asegurando el desarrollo eficiente y seguro de la plataforma digital de ECUA-CRAFTS SHOPPING.

Funciones:

- Supervisar el desarrollo y mantenimiento de sistemas y programas.
 - Coordinar con otros departamentos para garantizar la integración efectiva de soluciones tecnológicas.
 - Evaluar y adoptar nuevas tecnologías que mejoren la eficiencia operativa.
 - Garantizar la seguridad de la plataforma y la protección de datos.
 - Colaborar en la implementación de soluciones innovadoras que mejoren la experiencia del usuario.
 - Dirigir y motivar al equipo de programadores y especialistas en sistemas.
 - Colaborar en la planificación de presupuestos y recursos para proyectos tecnológicos.
-

Conocimiento y Experiencia (mínima)

- Título de tercer nivel en Ing. Sistemas, programación y carreras afines
- 2 año de experiencia en cargos similares.
- Tener estudios complementarios en Marketing Digital, Big Data o afines.

Capacidades físicas y mentales

- Proactivo
 - Innovador
 - Dinámico
 - Creativo.
 - Pensamiento estratégico
 - Flexibilidad
 - Habilidades de lenguaje y capacidad numérica.
 - Capacidad de análisis y solución de problemas.
-

1.1.6 Procedimientos de selección de personal a implementar

Al realizar contrataciones en ECUA-CRAFTS SHOPPING, se seguirá un proceso de selección cuidadosamente diseñado para garantizar la elección del personal más idóneo. El procedimiento incluirá las siguientes etapas:

Fase 1 Reclutamiento y Preselección:

- Inicio de un proceso de reclutamiento para recopilar datos de aspirantes y construir una base de datos.
- Preselección de candidatos basada en perfiles específicos para el puesto.

Fase 2 Informe y Terna Final:

- Elaboración de un informe detallado sobre los candidatos preseleccionados.
- Formación de una terna final con tres candidatos destacados.

Fase 3 Proceso de Selección:

- Elección del candidato final entre los tres preseleccionados.
- Confirmación de referencias laborales y realización de entrevistas con el Jefe de Área y el Gerente.

Fase 4 Verificación y Exámenes Médicos:

- Verificación exhaustiva para garantizar que el candidato seleccionado cumpla con el perfil requerido.
- Realización de exámenes médicos para evaluar la aptitud del candidato.

Fase 5 Elaboración de Ficha de Personal:

- Con la aprobación del candidato, se procede a la elaboración de la ficha de personal con todos los detalles relevantes.

Fase 6 Generación del Contrato:

- Finalización del proceso con la generación del contrato para el nuevo empleado.

1.2 Compensaciones

1.2.1 Descripción de Compensaciones para el Personal en ECUA-CRAFTS

SHOPPING.

En ECUA-CRAFTS SHOPPING se reconoce y valora de manera significativa el aporte de nuestro equipo de trabajo. Las compensaciones para todos los colaboradores en la nómina se rigen por políticas claras y en cumplimiento con las normativas laborales vigentes en Ecuador. A continuación, se detallan las compensaciones más importantes:

- **Afiliación a la Seguridad Social (IESS):** Todos los colaboradores tienen el derecho a ser afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), asegurando su cobertura integral en materia de seguridad social.
- **Sueldo Base Competitivo:** Reconociendo el papel fundamental que juega cada miembro de nuestro equipo, tienen derecho a sueldos base, para el año 2024, este monto corresponde a \$460.00. Este componente será revisado periódicamente para asegurar que esté alineado con las normativas vigentes.
- **Decimotercera Remuneración:** En el mes de diciembre, se otorgará a cada colaborador una decimotercera remuneración, equivalente a un sueldo adicional, en cumplimiento con el Código de Trabajo.
- **Decimocuarta Remuneración:** En el mes de abril, los colaboradores recibirán la decimocuarta remuneración, equivalente a un sueldo básico. Para el año 2024, este monto corresponde a \$460.00, proporcionando un

respaldo financiero adicional en un momento estratégico del año y en cumplimiento con el Código de Trabajo.

- **Vacaciones:** A partir del primer año de actividades, los colaboradores tienen el derecho a disfrutar de períodos de vacaciones para descanso y renovación. La ley permite un período de hasta 15 días.
- **Bonificaciones y Comisiones:** Finalmente, se reconoce la contribución excepcional de nuestro equipo, y la empresa se compromete a otorgar bonificaciones y comisiones adicionales, según los logros y metas alcanzadas, con el objetivo de recompensar de manera justa y motivar aún más el esfuerzo continuo y los logros destacados de nuestros colaboradores. Al alinear los incentivos con los objetivos estratégicos de la empresa, buscamos fomentar un ambiente laboral dinámico y estimulante.

1.2.2 Indicadores Clave de Gestión (KPI's)

A continuación, se presenta una tabla detallada de los Indicadores Clave de Desempeño (KPI's) diseñados para evaluar de manera precisa y efectiva la Gestión del Talento Humano en ECUA-CRAFTS SHOPPING:

Tabla 5.

KPI para la Gestión del Talento Humano

KPI	Métrica/Fórmula	Resultados Esperados
Tasa de Retención del Personal	(Número de empleados al final del periodo - Nuevas contrataciones) /	Mínimo del 90% de retención del personal.

	Número de empleados al inicio del periodo	
Satisfacción del Empleado	Encuestas de satisfacción del empleado, escala del 1 al 5. Media ponderada de respuestas.	Media superior a 3.5 en la satisfacción del empleado.
Participación en Programas de Capacitación y Desarrollo	(Número de empleados participantes / Número total de empleados) x 100	Mínimo del 80% de participación en programas de capacitación y desarrollo.
Cumplimiento de los objetivos	(Número de objetivos individuales alineados con los objetivos organizacionales / Número total de objetivos individuales) x 100	Mínimo del 90% de alineación de objetivos.
Diversidad en el Equipo	(Número de empleados de grupos diversos / Número total de empleados) x 100	Aumento del 10% en la representación de diversidad en el equipo.

1.2.3 Principales controles para evitar una desviación en el cumplimiento

En ECUA-CRAFTS SHOPPING, se han implementado una serie de controles claves para evitar desviaciones en el cumplimiento del plan estratégico de Gestión de Talento Humano. Estos controles son fundamentales para garantizar que las acciones y decisiones relacionadas con el talento humano estén alineadas con los objetivos

estratégicos de la empresa y se ejecuten de manera eficiente y efectiva. A continuación, se detallan estos controles junto con sus descripciones :

Tabla 6.

Controles para evitar una desviación en el cumplimiento del plan estratégico de talento humano

Control	Descripción
Monitoreo Continuo del Desempeño	Realización de revisiones periódicas para evaluar el desempeño individual y colectivo, identificando oportunidades de mejora y reconocimientos de logros destacados. El objetivo es garantizar que el desempeño esté alineado con los objetivos de la empresa, y proporcionar retroalimentación constante para el crecimiento y desarrollo profesional.
Evaluaciones de Satisfacción del Empleado	Aplicación de encuestas de satisfacción del empleado de forma regular para capturar retroalimentación, detectar posibles problemas y medir el nivel de compromiso. La confidencialidad de las respuestas promueve un ambiente de confianza, lo que lleva a una retroalimentación más franca y precisa. Además, compartir los resultados y las acciones tomadas en respuesta a las evaluaciones demuestra el compromiso de la empresa con la mejora continua y refuerza la confianza en el liderazgo.

Seguimiento de Programas de Capacitación	Supervisión constante de la participación y eficacia de los programas de capacitación, asegurando que estén alineados de manera precisa con las necesidades organizativas y las expectativas del personal. La flexibilidad en la adaptación de los contenidos de formación es esencial para abordar cambios en el entorno empresarial y garantizar la relevancia de los programas.
Revisión Periódica del cumplimiento de Objetivos	Verificación regular de la alineación de los objetivos individuales con los objetivos organizacionales, garantizando que todos los esfuerzos estén debidamente orientados hacia metas comunes y estratégicas para la empresa. La periodicidad de esta revisión es esencial para mantener la agilidad y la adaptabilidad en un entorno empresarial dinámico y sirve como base para la toma de decisiones oportunas.
Auditorías de diversidad en el Equipo	Auditorías periódicas para evaluar la representación de la diversidad en el equipo, identificando áreas de mejora y promoviendo la inclusión (personas con discapacidad, grupos vulnerables), de esta forma abordamos posibles desafíos y eliminamos barreras que puedan estar limitando la participación plena de ciertos grupos.

Análisis de Rotación de Personal	Evaluación constante de las tasas de rotación, con el objetivo de identificar posibles problemas y tomar medidas proactivas para retener al talento clave. Además de cuantificar la rotación, identificar patrones y tendencias, así como analizar las razones detrás de las decisiones de los empleados, o cualquier otro elemento que pueda afectar la retención del personal.
---	--

1.3 Estructura jurídica del negocio:

1.3.1 Tipo de compañía

Para el desarrollo de las actividades de la plataforma digital comercial se consideraron dos formatos legales muy populares en el país, como la Sociedad Anónima (S.A.) y la Compañía Limitada (Cía. Ltda.). No obstante, la elección de la forma legal para la constitución de la plataforma digital bajo el nombre de “ECUA-CRAFTS SHOPPING” se centrará en la figura de la Sociedad Anónima (S.A.), respaldada por el Artículo 143 de la Ley de Compañías en Ecuador (Minsiterio de Trabajo y Economía Social, 2024).

Algunas de las causas que justifica su selección se sustentan en el hecho de que la responsabilidad de los accionistas se encuentra limitada al monto de sus acciones, ya que el capital de la sociedad se divide en acciones negociables. Esta disposición fundamentalmente separa el patrimonio personal de los accionistas del patrimonio de la empresa, mitigando así los riesgos financieros y legales tanto para los inversionistas

como para la compañía. Al tener un capital social claramente definido y dividido en acciones negociables, se facilita la evaluación y la inversión de capital.

Además, se requiere capacidad civil para la contratación de personal, excluyendo uniones entre cónyuges y contratos entre padres e hijos no emancipados, lo que asegura una separación clara entre los roles familiares y empresariales. En términos de participación, la Sociedad Anónima presenta una flexibilidad significativa, debido a que se requiere un mínimo de dos socios para su constitución, sin establecer un límite máximo; de esta forma resultaría atractiva la incorporación de inversores y accionistas, permitiendo una estructura flexible en cuanto a la toma de decisiones y el respaldo financiero.

Por otro lado, el proceso de constitución implica la elaboración de una escritura pública, la obtención de una resolución favorable por parte de la Superintendencia de Compañías y la subsiguiente inscripción en el Registro Mercantil. Adicionalmente, se establece un capital mínimo de \$800.00, indicando el aporte financiero inicial necesario para la conformación de la sociedad.

Otra característica distintiva de la Sociedad Anónima es su estructura legal flexible, lo que permite la posibilidad de negociar públicamente sus acciones, esta característica ofrece la oportunidad de atraer inversiones a través del mercado de valores, fortaleciendo así la posición financiera de la empresa y respalda su crecimiento sostenible a largo plazo.

- Razón Social: "ECUA-CRAFTS SHOPPING S.A."
- Nombre Comercial: "ECUA-CRAFTS SHOPPING"

- Actividad económica: Venta de artesanías, concentrándose exclusivamente en productos ancestrales, culturales y artesanales, a través de una plataforma digital, actuando como un intermediario entre los proveedores y los consumidores finales.
- Domicilio fiscal: Guayaquil – Ecuador

Finalmente, el proceso de constitución involucra la redacción de una escritura pública, en la cual se establece las reglas y regulaciones internas de la empresa, la estructura de propiedad y la distribución de responsabilidades entre los socios; la obtención de una Resolución positiva de la Superintendencia de Compañías y la inscripción en el Registro Mercantil. El aporte mínimo de capital es \$800.00. Sin embargo, hay que tener en cuenta que los costos pueden variar y están sujetos a honorarios notariales, tarifas de la Superintendencia de Compañías y otros gastos administrativos adicionales asociados con el proceso de constitución, como la obtención de certificados, entre otros.

1.3.2 Tipos de contrato

En ECUA-CRAFTS SHOPPING se implementarán tres tipos de contrato que se adecuen de manera precisa a las necesidades específicas y a la naturaleza variable de las relaciones laborales. Estos contratos están diseñados para proporcionar flexibilidad y equidad tanto para la empresa como para los colaboradores, abordando distintas modalidades de empleo y permitiendo una adaptación eficiente a las particularidades de cada situación laboral (Serrano, 2022). A continuación, se presenta una descripción detallada de cada uno de estos contratos:

- **Contrato de trabajo indefinido con tiempo parcial de trabajo:** es un tipo de acuerdo laboral entre un trabajador y una empresa. En él, se fija una cantidad de horas de trabajo semanales inferior a la de una jornada laboral completa. El número específico de horas que representa una jornada laboral completa puede variar de acuerdo con el convenio colectivo de trabajo, pero normalmente se supone que son alrededor de 40 horas semanales. En términos generales, un contrato a tiempo parcial es aquel en el que un asalariado acuerda trabajar para una empresa menos de 40 horas por semana.
- **Contrato por jornada completa:** Contrario al contrato de tiempo parcial, este contrato es por tiempo indefinido dado que no tiene una duración predeterminada. Sin embargo, se establece una duración mínima de 1 año, y posteriormente, puede renovarse de manera indefinida, reflejando el compromiso del empleado y la organización. Este tipo de contrato se adapta especialmente a roles que son fundamentales y permanentes para el funcionamiento de la organización. Ejemplos incluyen posiciones estratégicas, gerenciales, técnicas o especializadas que requieren una presencia constante y comprometida.
- **Contrato Ocasional:** Se utiliza en situaciones de necesidades extraordinarias o emergentes en la empresa y tiene una duración máxima de 30 días, lo que proporciona a la organización la capacidad de adaptarse rápidamente a situaciones imprevistas. Este contrato brinda flexibilidad para cubrir eventualidades sin establecer compromisos a largo

plazo. Al finalizar el período ocasional, se llevará a cabo una evaluación para determinar la necesidad de renovación, transición a otro tipo de contrato o ajuste en la fuerza laboral en función de las circunstancias.

2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.1 Conclusiones

Nuestro proyecto ha evolucionado de manera significativa, inicialmente ideado para el desarrollo de una aplicación de salud, nuestra metamorfosis surgió como respuesta a una profunda investigación de mercado y la búsqueda de una propuesta de valor única. Este cambio estratégico cristalizó la creación de ECUA-CRAFTS SHOPPING, una plataforma que va más allá de las expectativas iniciales y refleja nuestra capacidad de adaptación, innovación y desarrollo frente al cambio.

ECUA-CRAFTS SHOPPING presenta una visión ambiciosa y estratégica para la consolidación de la empresa como la principal plataforma de e-commerce dedicada a la promoción y comercialización de productos artesanales ecuatorianos. El enfoque en la autenticidad y calidad de los productos, respaldado por una estructura organizacional cuidadosamente diseñada, establece las bases para la diferenciación y el éxito sostenido en el mercado. La conexión cultural entre turistas y emprendedores locales se erige como el corazón de la propuesta de valor, preservando el patrimonio ecuatoriano a través de productos únicos elaborados con pasión y dedicación.

La cultura organizacional de ECUA-CRAFTS SHOPPING se erige como un pilar esencial, donde el empoderamiento de los emprendedores y la capacidad de adaptación a un mercado en constante cambio se valoran como factores clave. La

atención centrada en la satisfacción del cliente y el respaldo al desarrollo profesional y personal de los colaboradores reflejan un compromiso integral con la excelencia y la creación de un entorno laboral positivo y productivo.

La gestión estratégica del talento humano se presenta como un componente esencial, respaldada por políticas y procedimientos detallados que buscan atraer, retener y desarrollar al mejor personal para la plataforma. El énfasis en la transparencia, innovación sostenible y responsabilidad social contribuye a una imagen empresarial ética y comprometida con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

Las compensaciones competitivas y los indicadores clave de gestión (KPIs) subrayan el compromiso de ECUA-CRAFTS SHOPPING con el desarrollo integral de sus colaboradores y la búsqueda constante de la excelencia operativa. La elección de una estructura legal como Sociedad Anónima demuestra una cuidadosa consideración de aspectos legales y financieros, garantizando la protección del patrimonio de los inversionistas.

La implementación del Design Thinking en ECUA-CRAFTS SHOPPING, no solo ha sido un proceso creativo, sino una inmersión profunda en las diversas etapas, en las cuales exploramos nuevas ideas, experimentamos con soluciones innovadoras, que nos ha permitido además de entender, realmente conectar con las necesidades, expectativas y aspiraciones tanto de los consumidores como de los artesanos.

La elaboración del mapa de empatía nos llevó a comprender los desafíos de los artesanos y sus aspiraciones, hemos captado no solo las complejidades de sus negocios, sino también la pasión que los impulsa a crear productos únicos y auténticos. Este profundo entendimiento de sus motivaciones no solo nos ha permitido apreciar la

riqueza de su labor, sino también identificar soluciones innovadoras que generan una diferencia significativa.

A su vez, el análisis de las expectativas de los consumidores en busca de autenticidad y experiencias culturales nos reveló un amplio horizonte. Nos hemos sumergido en las emociones que guían sus decisiones de compra, descubriendo la creciente demanda de conexiones más significativas con los productos y las historias detrás de ellos. Este conocimiento profundo ha sido un catalizador esencial para la generación de soluciones que no solo satisfacen necesidades tangibles, sino que también crean experiencias memorables y auténticas para los consumidores.

El fascinante proceso de creación desencadenó una lluvia de propuestas que van más allá de las expectativas convencionales, abriendo puertas a soluciones transformadoras, estas ideas no solo representan mejoras incrementales, sino que también se han traducido en visionarias colaboraciones estratégicas que fortalecen aún más la base de nuestro modelo de negocio.

En la fase de validación del prototipo, no solo fue un medio de verificación, sino una valiosa oportunidad para identificar aspectos positivos y áreas de oportunidad para mejoras, la adaptación constante del prototipo fue un proceso dinámico e iterativo, asegurando que el diseño final no solo esté alineado con la visión de ECUA-CRAFTS SHOPPING, sino que también sea altamente receptivo a las necesidades prácticas y emocionales de los consumidores y proveedores.

Observamos un creciente interés palpable en la adopción de una plataforma digital como medio para expandir sus emprendimientos artesanales. Este interés surge impulsado por la percepción de beneficios concretos, entre los que se destaca el

potencial para incrementar las ventas y aún más crucial, la oportunidad de fomentar la colaboración intercultural y el aprecio global por la artesanía tradicional a través de un enfoque digital innovador.

Es imperativo destacar que nuestro mercado objetivo abarca a más de 912,000 turistas, tanto nacionales como extranjeros, este matiz diverso no solo representa una cifra impresionante en términos de potencial de ingresos, también simboliza una fuente valiosa de inspiración y un motor para la expansión de nuestro catálogo de productos artesanales. La carencia de competidores directos en el mercado local no solo constituye una ventaja inicial, sino que también nos otorga la oportunidad de posicionarnos como una marca excepcional e innovadora.

El enfoque integral de ECUA-CRAFTS SHOPPING va más allá de ser simplemente una plataforma de comercio digital, su estrategia competitiva es un enfoque holístico que entrelaza historias, tradiciones y la artesanía única de las comunidades locales con aquellos que buscan una experiencia más significativa y auténtica. Las estrategias claves para lograrlo incluyen la disponibilidad de stock, variedad de productos a precios convenientes, enfoque en la calificación de proveedores, una interfaz de compra intuitiva y una logística de distribución rápida. La esencia fundamental de esta estrategia reside en la conexión emocional y cultural que ofrece, cada artículo cuenta una historia única, no solo del arte y la destreza de los artesanos, sino también de las tradiciones arraigadas en su creación.

La importancia de una constante actualización de la plataforma no sólo se traduce en una interfaz más amigable y eficiente para los consumidores, sino que también representa un compromiso con la innovación, la sostenibilidad y el

enriquecimiento continuo de las comunidades artesanales. La estrategia de marketing se centra en maximizar la visibilidad para atraer tanto a turistas como a consumidores locales. No solo se busca captar la atención, sino también asegurar una presencia efectiva en el entorno digital actual, mediante una integración de publicidad en redes sociales, campañas de email marketing, SEO y SEM.

Se proporciona una visión detallada del flujo de producción, abarcando desde el registro de vendedores hasta la entrega al cliente. La capacidad productiva se establece considerando el límite de 200 transacciones simultáneas por día, definiendo claramente las capacidades operativas de la plataforma. La ubicación del proyecto, situado en el edificio City Office, y el diseño arquitectónico, se describen minuciosamente, brindando un contexto completo sobre el entorno físico y estructural que respalda la operación de ECUA-CRAFTS SHOPPING.

Un elemento fundamental a tener en cuenta es la consistencia en la calidad del producto o servicio, es crucial establecer mecanismos efectivos de gestión de calidad para garantizar la coherencia y excelencia. La empresa, debe estar abierta a la mejora continua y a la implementación de cambios estratégicos basados en la evolución de la demanda, para ello, es importante un proceso continuo de retroalimentación directa por parte de los clientes. Esta interacción constante permite adaptaciones ágiles a las preferencias y expectativas cambiantes del mercado, fortaleciendo la conexión con la base de clientes. La búsqueda constante de innovación en los procesos operativos se presenta como una herramienta esencial para mejorar la eficiencia interna y mantener la competitividad.

La elección de constituir “ECUA-CRAFTS SHOPPING” como una Sociedad Anónima (S.A.) se fundamenta en varias consideraciones. La limitación de la responsabilidad de los accionistas, la posibilidad de negociar públicamente acciones, la flexibilidad en la toma de decisiones y la atracción de inversiones a través del mercado de valores son factores clave. Además, se destaca la necesidad de capacidad civil para la contratación de personal y la exclusión de uniones entre cónyuges y contratos entre padres e hijos no emancipados. Esta elección proporciona una base sólida para el desarrollo y crecimiento de la plataforma.

La estructura organizativa propuesta presenta un organigrama que refleja una jerarquía clara, liderada por el Gerente y seguida por áreas especializadas además de la gestión contable y tributaria a cargo de una empresa de Outsourcing. Esta diversificación de responsabilidades denota una planificación minuciosa para asegurar una distribución eficiente de tareas y habilidades, a su vez aprovecha la experiencia especializada de profesionales externos. La inclusión de tres tipos de contratos laborales, desde roles permanentes hasta necesidades ocasionales, evidencia una adaptabilidad proactiva, ajustándose a las dinámicas cambiantes del mercado laboral.

ECUA-CRAFTS SHOPPING, desde su concepción, ha priorizado una gestión legal sólida como cimiento para sus operaciones. Este compromiso se evidencia en la atención meticulosa a detalles como el registro de marcas, la salvaguarda de datos personales y la obtención de los permisos necesarios. El presupuesto proyectado para gastos legales no solo ofrece una visión clara de los costos iniciales, sino que demuestra una planificación financiera minuciosa y un conocimiento profundo de los requisitos legales iniciales.

En el ámbito financiero, las conclusiones del estudio revelan que el proyecto es sostenible, con un punto de equilibrio concreto de \$35,400.96 en ventas para la cobertura de costos. Indicadores TIR y VAN, respaldan la viabilidad económica. No obstante, se reconoce la necesidad de adaptación ante posibles cambios económicos y se enfatiza la inversión estratégica en planes de marketing como catalizador del crecimiento continuo y la fidelización de la audiencia, fortaleciendo así la posición de ECUA-CRAFTS SHOPPING en el mercado.

2.2 Recomendaciones

En futuros procesos, se recomienda mantener un enfoque constante en la experiencia del cliente, asegurando la atención personalizada y la resolución eficiente de problemas para fortalecer la fidelización y la reputación de la empresa. Además, es crucial intensificar los programas de formación empresarial para los emprendedores artesanales, explorando oportunidades para expandir el apoyo a través de mentorías y recursos que impulsen el desarrollo de sus negocios.

Continuar con el compromiso proactivo hacia la innovación sostenible y la responsabilidad social es esencial. La empresa debe explorar constantemente prácticas que minimicen el impacto ambiental y contribuyan al bienestar de las comunidades artesanales, consolidando así un modelo de negocio ético y sostenible.

Se sugiere establecer sistemas de monitoreo continuo de la cultura organizacional para garantizar que los valores fundamentales se mantengan a medida que la empresa crece. Fomentar proactivamente la participación de los empleados, esto implica implementar encuestas regulares, sesiones de retroalimentación y foros abiertos

para proporcionar a los empleados la oportunidad de expresar sus perspectivas y contribuir a la formación de la cultura organizacional.

Es crucial realizar evaluaciones periódicas de la estructura organizacional para asegurar su eficacia en el crecimiento de la empresa. Ajustar roles y responsabilidades según sea necesario para mantener la eficiencia operativa y garantizar que la estructura respalde los objetivos a largo plazo.

En términos de recursos humanos, se recomienda realizar revisiones periódicas de las compensaciones y beneficios ofrecidos, asegurándose de que además de estar alineados con las normativas laborales, sean competitivos en el mercado. Esto contribuirá a atraer y retener talento clave para el éxito continuo de la empresa.

Los procesos de selección de personal deben ser objeto de mejora continua. Evaluar y ajustar los procedimientos según el feedback de los nuevos empleados garantizará una contratación eficiente y acertada, contribuyendo a la formación de un equipo sólido.

Explorar la incorporación de tecnologías innovadoras, como inteligencia artificial o analítica de datos, puede optimizar procesos internos, mejorar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de usuario más intuitiva en la plataforma de e-commerce.

Reforzar la estrategia de presencia en redes sociales y la gestión comunitaria es fundamental. La gestión proactiva del Community Manager puede construir relaciones sólidas con la comunidad de usuarios y artesanos, generando un impacto positivo en la marca y aumentando la visibilidad.

Cultivar la flexibilidad y estar preparados para adaptarse a los cambios dinámicos del mercado es crucial. La capacidad de anticipar tendencias y ajustar estrategias

comerciales garantizará la relevancia y competitividad a largo plazo de ECUA-CRAFTS SHOPPING.

2.3 Reflexión

El proceso de diseño del Plan de Negocio para ECUA-CRAFTS SHOPPING ha sido, una travesía llena de descubrimientos y aprendizajes. Al principio, estábamos inmersos en la idea de desarrollar una aplicación de salud, pero conforme avanzábamos en nuestra investigación de mercado, comenzamos a percibir un panorama completamente diferente. Este cambio estratégico nos llevó a la creación de una plataforma única que va más allá de nuestras expectativas iniciales.

La implementación del Design Thinking fue clave en este proceso, se convirtió en un viaje creativo, explorando nuevas ideas y experimentando con soluciones innovadoras. A través del mapa de empatía, entendimos las complejidades y las pasiones de los artesanos de una manera que no imaginábamos al principio, ya que conectamos con la dedicación, que impulsa a estos creadores a producir obras únicas.

La fase de creación transformó por completo nuestra visión inicial. Las propuestas que surgieron no solo fueron mejoras incrementales, sino ideas visionarias que fortalecieron aún más nuestro modelo de negocio. En la validación con usuarios reales, experimentamos la emoción de ver cómo nuestras ideas cobraban vida y, al mismo tiempo, identificamos áreas de mejora que nos desafiaron a seguir evolucionando.

Al mirar la población objetivo, tanto artesanos como consumidores, no sólo vimos números y estadísticas, sino historias y aspiraciones. La conexión con sus motivaciones enriqueció nuestro plan de negocios, recordándonos la importancia de crear soluciones

que no solo satisfacen necesidades tangibles, sino que también añaden un valor emocional y auténtico.

La elección de la estructura legal como una Sociedad Anónima fue una afirmación de nuestro compromiso con el crecimiento y la transparencia. En el ámbito financiero, el estudio reveló la viabilidad económica del proyecto, pero también subrayó la necesidad de ser ágiles y adaptarnos a los cambios económicos.

En conclusión, este viaje no sólo ha sido sobre la creación de un negocio, sino sobre la conexión con personas, historias y la pasión que impulsa a los artesanos. ECUA-CRAFTS SHOPPING no es solo una plataforma, es un puente emocional y cultural que esperamos construir y fortalecer a medida que avanzamos en este emocionante camino empresarial.

3 REFERENCIAS

Abad Alvarado, G. R., Martínez Vizúete, W. R., & Carranco Madrid, S. (2022).

Estrategias de emprendimiento durante la pandemia. Caso Ecuador. *Recimundo*, 6(1), 173–181. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(1\).ene.2022.173-181](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(1).ene.2022.173-181)

Ayoví-Caicedo, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones.

Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)., 4(10), 58–76.

<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i10.39>

Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2018). El marketing digital como una herramienta en el desempeño laboral ecuatoriano. *Universidad y Sociedad*, 40(4), 103–109.

Cuarán, M., Torres, O., & Pacífico, L. (2021). El emprendimiento joven: un desafío para el desarrollo local. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y*

Valores, 9(1), 2–16.

Díaz, B. (2020). El e-commerce en tiempos de COVID-19. *Conferencia REDLAS*, 1, 1–22.

Gonzales Sulla, A. E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(48), 101–111. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2023). *El nuevo rostro del Guayas*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/el-nuevo-rostro-de-guayas/#:~:text=Guayaquil%2C Ecuador \(03 de octubre,292 \(49%2C1%25\)\)](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/el-nuevo-rostro-de-guayas/#:~:text=Guayaquil%2C Ecuador (03 de octubre,292 (49%2C1%25))).

Kelly, G., Olga, J., Alicia, I., & María, L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista Espacios*, 41(42), 100–118. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>

Mendieta-Andrade, P., Ordóñez-Parra, J., & Bermeo-Pazmiño, K. (2020). Caracterización de los artesanos del sector textil de la ciudad de Cuenca en su contexto comercial y productivo. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 206–218. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5.300>

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2022). *El Gobierno Nacional promueve la reactivación del trabajo artesanal*. <https://www.produccion.gob.ec/el-gobierno-nacional-promueve-la-reactivacion-del-trabajo-artesanal/>

Minsiterio de Trabajo y Economía Social. (2024). *Crear una empresa en Ecuador*. <https://www.mites.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/Crear Empresa.htm#>

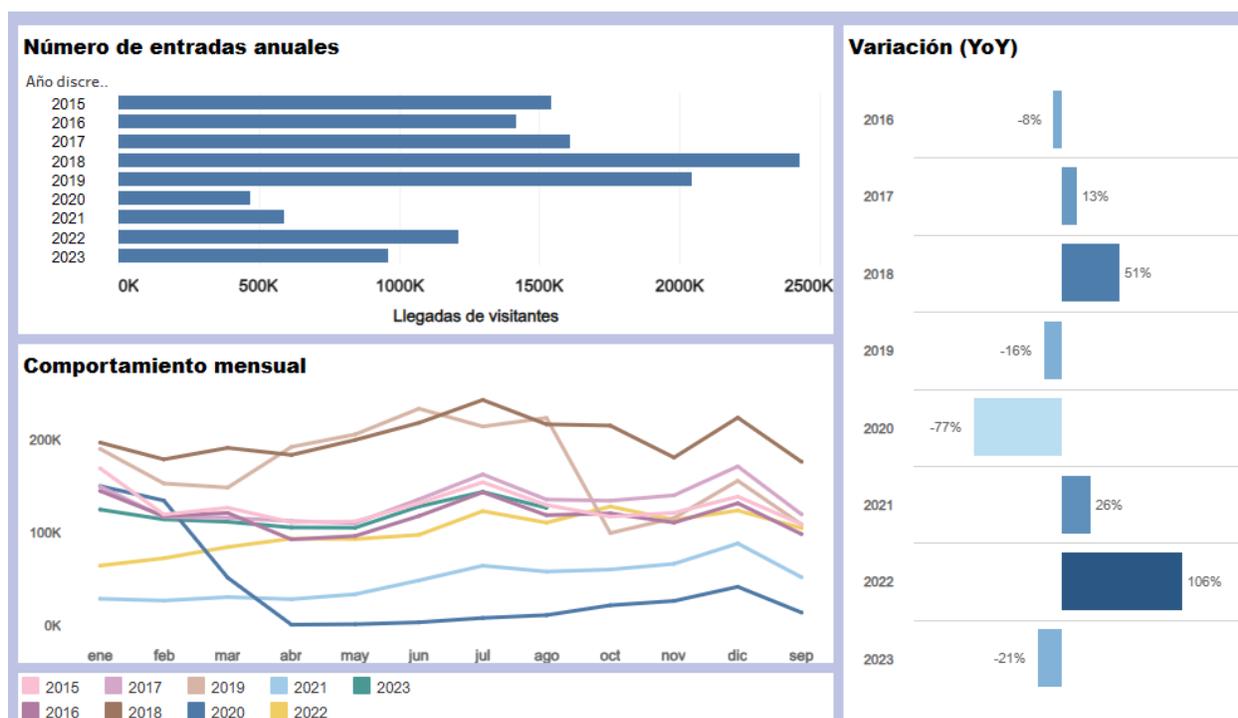
- Pedreschi, R., & Oris, L. (2021). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. *Visión Antataura*, 5(2), 115–124.
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/>
- Peralta, P. G. (2021). Factores que influyen en la intención de emprendimiento del emprendedor híbrido. *Gestión*, 1(6), 1–27.
- Presidencia del Ecuador. (2022). *Más oportunidades para artesanos ecuatorianos, presidente Lasso anunció medidas que benefician al sector*.
<https://www.presidencia.gob.ec/mas-oportunidades-para-artesanos-ecuatorianos-presidente-lasso-anuncio-medidas-que-benefician-al-sector/>
- Revista Forbes. (2022). *¿Por qué la cultura organizacional es lo más importante para un CEO?* <https://forbes.co/2022/04/19/red-forbes/por-que-la-cultura-organizacional-es-lo-mas-importante-para-un-ceo>
- Román, C., & Ponce, M. (2016). Elaboración de un plan de marketing digital para la empresa Electrónica del Pacífico de la ciudad de Guayaquil. *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*, 1(1).
- Segovia, D. (2024). *El inicio del cambio*. Forbes. <https://www.forbes.com.ec/movimiento-inspirador/el-inicio-cambio-n46781>
- Serrano, D. (2022). *Indefinido, eventual: Más de 30 contratos laborales existen en Ecuador*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/tipos-contratos-laborales-existen-ecuador.html>
- Shum, Y. M. (2017). *Navegando en aguas digitales. Marketing Mix: Las 4C del Marketing Digital*. ADevel, C.A.

Tejada Z, A. (2013). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. *Psicología Desde El Caribe*, 1(12), 115–133. <https://www.redalyc.org/pdf/213/21301208.pdf>

4 ANEXOS

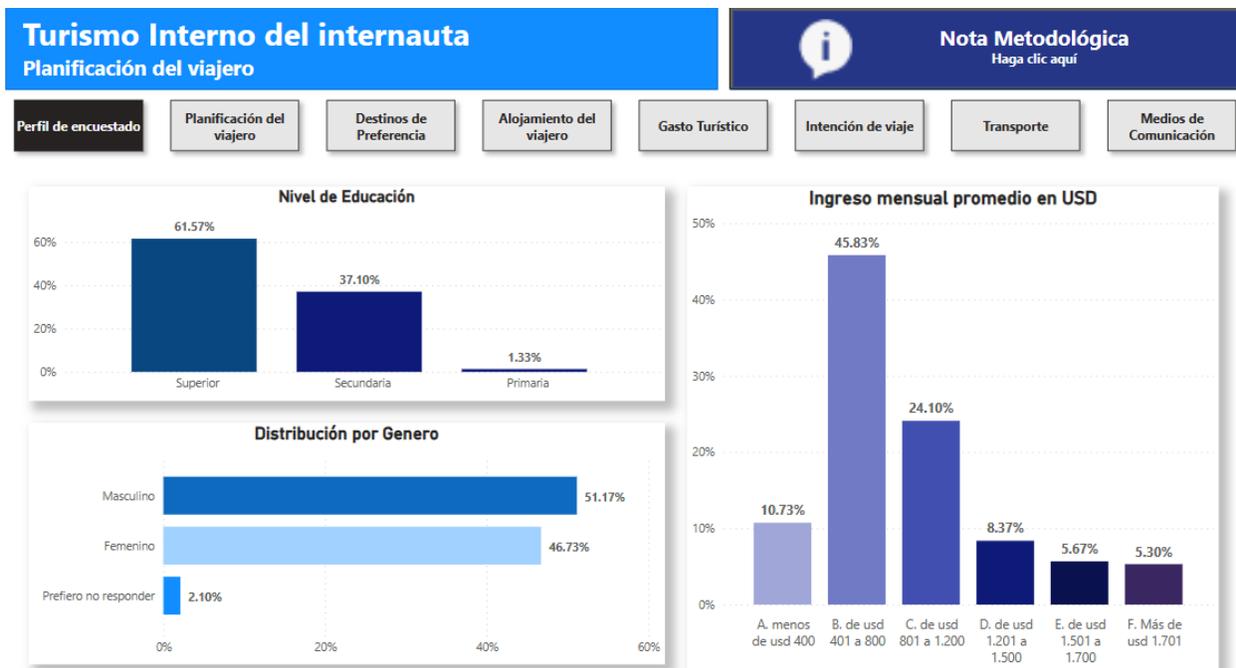
Anexo A. Variables Demográficas

Características del Turista Extranjero que llega a Ecuador, año 2022

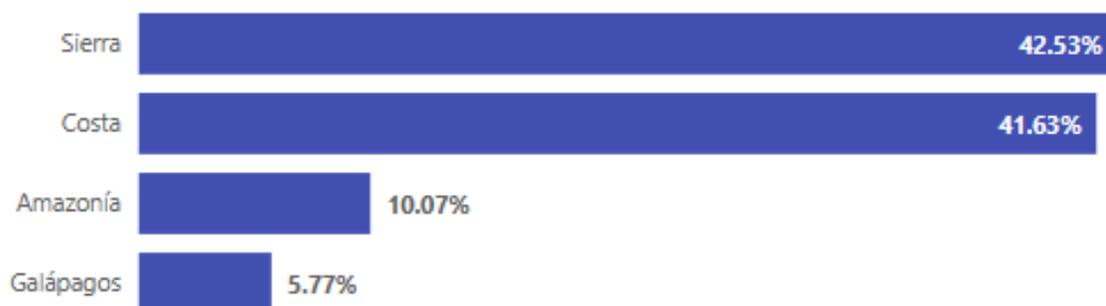




Características del turista interno que llega a Guayaquil



Regiones de preferencia de viaje



Listado de destinos más visitados

Ciudad de Viaje	% de elección de destino
GUAYAQUIL	9.47%
QUITO	8.83%
CUENCA	8.00%
MANTA	5.47%
BAÑOS	4.73%
LATACUNGA	4.53%
ESMERALDAS	3.53%
AMBATO	3.47%
CALIMAC	2.20%
Total	100.00%

Encuesta de Turismo Interno: Fecha de corte septiembre 2022

Turismo Interno del Internauta

Medios de Comunicación



Nota Metodológica
Haga clic aquí

Perfil de encuestado

Planificación del viajero

Destinos de Preferencia

Alojamiento del viajero

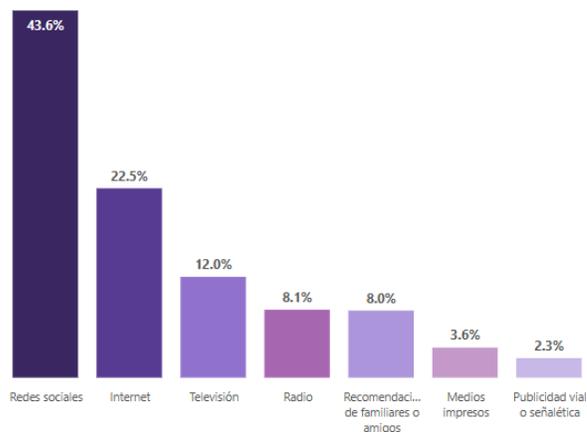
Gasto Turístico

Intención de viaje

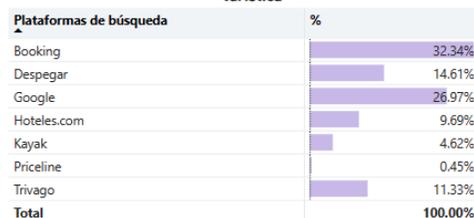
Transporte

Medios de Comunicación

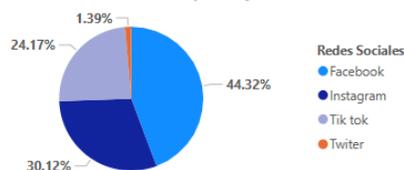
Preferencia de medios de comunicación utilizados por los turistas nacionales



Metabuscadores más utilizados para búsqueda de información turística



Redes sociales utilizados por viajeros nacionales



Promedio de gasto antes del viaje USD

136

Promedio de gasto durante el viaje USD

255

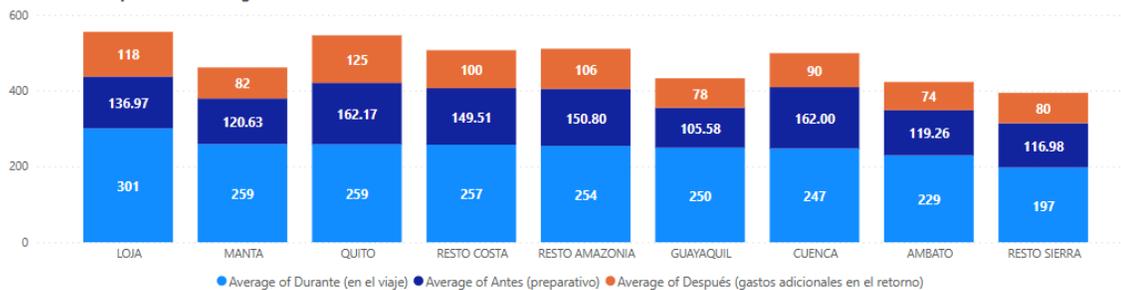
Promedio de gasto después (gastos adicionales en el retorno) USD

96

Promedio Total del gasto USD

487

Gasto Turístico por ciudad de origen



Encuesta de Turismo Interno: Fecha de corte septiembre 2022